

BAB V

Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian serta uraian teori dan yang dilakukan terkait Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian di Bandoengsche Melk Centrale, peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian pada Bandoengsche Melk Centrale. Dalam variabel kualitas pelayanan terdapat 5 aspek yaitu *Tangibility*, *Responsiveness*, *Reliability*, *Empathy*, dan *Assurance*. Berdasarkan pada hasil dari pernyataan responden yang mendapatkan hasil skor tertinggi adalah pada aspek *Tangibility* karena BMC memiliki tempat yang menarik dan menciptakan suasana yang nyaman bagi konsumen, sedangkan aspek yang mendapatkan skor terendah adalah *Responsiveness*, hal ini dikarenakan BMC melayani pesanan konsumen dengan kurang cepat atau lambat, sehingga membuat konsumen menunggu dan kurang puas dengan pelayanannya. Pengaruh kualitas pelayanan termasuk kedalam kategori sangat tinggi, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan tergolong sudah cukup baik.
2. Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Bandoengsche Melk Centrale. Dalam variabel Citra Merek terdapat 3 aspek yaitu *Recognition*, *Reputation*, dan *Affinity*. Berdasarkan pada hasil dari pernyataan responden aspek yang mendapatkan hasil skor tertinggi adalah *Affinity* yang menunjukkan bahwa ciri khas atau keunikan dari BMC lebih berpengaruh dalam membentuk citra merek yang positif. Sedangkan aspek yang mendapatkan skor terendah adalah *Recognition*, yang menunjukkan bahwa meskipun pengakuan merek penting, namun hal tersebut tidak lebih berpengaruh dari ciri khas dalam mempengaruhi keputusan pembelian.

3. Kualitas pelayanan dan Citra merek memiliki pengaruh secara simultan dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Bandoengsche Melk Centrale. Maka dari itu, disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan citra merek secara bersamaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Bandoengsche Melk Centrale.

5.2 Saran

Setelah melakukan penelitian, penulis memberikan beberapa rekomendasi atau saran terkait pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek terhadap keputusan pembelian sebagai berikut:

1. Bagi Pemerintah agar dapat memberikan dukungan dan penyuluhan kepada pelaku usaha, termasuk BMC, mengenai pentingnya peningkatan kualitas pelayanan dan pengelolaan citra merek yang positif. Selain itu, pemerintah dapat mendorong penelitian lebih lanjut mengenai faktor faktor lain yang dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
2. Bagi Bandoengsche Melk Centrale agar lebih fokus dalam meningkatkan kualitas pelayanan serta membangun citra merek yang konsisten dan positif. Mengingat pentingnya kedua faktor tersebut dalam mempengaruhi keputusan pembelian, maka sebaiknya dilakukan pelatihan rutin kepada para karyawan untuk meningkatkan pelayanan yang berikan dan memastikan kepuasan konsumen.
3. Bagi peneliti selanjutnya untuk memperluas ruang lingkup penelitian atau mempertimbangkan variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian di BMC seperti faktor harga, media sosial, promosi dan loyalitas konsumen. Selain itu, penelitian berikutnya dapat mempertimbangkan untuk melakukan analisis perbedaan perilaku konsumen berdasarkan segmentasi pasar.